

عنوان مقاله:

بهبود مدیریت ارتباط با مشتریان بانک اقتصاد نوین از طریق شناسائی و تحلیل رفتار مشتریان کلیدی

محل انتشار:

یازدهمین کنفرانس سراسری سیستم های هوشمند (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

مریم خشه چی - دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی صنایع، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب

صدیق رئیسی - دانشیار دانشکده مهندسی صنایع، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب

امیر عباس شجاعی - استادیار دانشکده مهندسی صنایع، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب

خلاصه مقاله:

امروزه برای بسیاری از سازمان ها مدیریت ارتباط با مشتریان اهمیت ویژه ای یافته است. در این میان بانک ها به عنوان سازمان های ارائه دهنده خدمات مالی، بسیار مایلند داده های اطلاعاتی مشتریان خود را به گونه ای هدفمند مورد تجزیه و تحلیل قرار داده و مشتریان کلیدی خود را شناسائی و آنها را حفظ کنند. در این تحقیق با استفاده از پایگاه داده بانک اقتصاد نوین، رفتار مشتریان توسط روش های داده کاوی مورد تحلیل قرار گرفت و در آن داده های 41233 مشتری جمع آوری شد. پس از پیش پردازش آن ها، 8 متغیر اصلی مورد تحلیل قرار گرفتند. 70 درصد داده های یاد شده برای آموزش و طراحی مدل، 20 درصد داده ها برای تست و 10 درصد داده ها برای اعتبار سنجی مدل در نظر گرفته شد. با انجام عملیات خوشه بندی سلسله مراتبی و غیر سلسله مراتبی مشتریان کلیدی بانک شناسایی شد و با ترسیم درخت تصمیم و استخراج قواعد اصلی حاکم در خوشه برتر رفتار مشتریان کلیدی مدل بندی شد. اعتبار سنجی قواعد استخراجی درخت تصمیم ارتقاء یافته نشان می دهد که 94,66% پیش بینی ها درست انجام می شود. لذا توصیه می شود سیاست گذاری مناسب در خصوص نحوه مدیریت ارتباط با مشتریان به انجام برسد

کلمات کلیدی:

خوشه بندی، درخت تصمیم ارتقاء یافته، شاخص اعتبار خوشه بندی، مدیریت ارتباط با مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/214629>

